Preisliste Nr. 53
Gültig ab 1. Januar 2022

DBZ
DEUTSCHE BRIEFMARKEN-ZEITUNG
sammler-express

Media-Informationen 2022

Mit Online-Preisliste

Ihre Ansprechpartner für Beratung und Service

Anzeigenservice:

Schaper Philatelie-Verlag GmbH
DBZ-Anzeigenabteilung

Postfach 200165, 37086 Göttingen
Wiesenstraße 1, 37073 Göttingen
Deutschland

Telefon +49(0)551 / 901-533
Telefax +49(0)551 / 901-535
E-Mail anzeigen@d-b-z.de
Internet www.deutsche-briefmarken-zeitung.de

M. & H. Schaper Philatelie-Verlag GmbH
Postfach 16 42
31046 Alfeld (Leine)
Borsigstraße 5
31061 Alfeld (Leine)
Deutschland

Kontakt zum Anzeigenteam:

Rainer Flecks-Franke (verantwortlich)
Durchwahl +49(0)551 / 901-530

Tanja Röttger
Durchwahl +49(0)551 / 901-511

Monika Schmid
Durchwahl +49(0)551 / 901-533

Claudia Liebau
Durchwahl +49(0)551 / 901-510

Unangefochten aktuell:

- Die DBZ bringt das Neueste der Philatelie
- Mit umfangreichster Berichterstattung über alle Bereiche
- Von erstklassigen, kompetenten und erfahrenen Autoren
- Mit ständigen Rubriken der beliebtesten Sammelgebiete
- Mit aktuellsten Marktinformationen und Verkaufsangeboten
- Alle 14 Tage neu, konkurrenzlos aktuell und informativ
- Tagesaktuelle News auch im Internet unter www.deutsche-briefmarken-zeitung.de
- Zweimonatliche Rundbriefe per E-Mail

Preisliste Nr. 53
Gültig ab 1. Januar 2022

Kurzcharakteristik:

Die redaktionelle Bandbreite erstreckt sich über alle Bereiche der Philatelie, Themen für Münz- und Geldscheinsammler, historische Wertpapiere und verwandte Sammelgebiete.

Die Leserschaft besteht aus engagierten Philatelisten, Ansichtskarten-, Münzen- und Banknoten-Sammlern.

Alle 14 Tage bringt die DBZ alle wichtigen Themen der Philatelie und verwandte Gebiete.

Tagesaktuelle News online unter www.deutsche-briefmarken-zeitung.de!

Vertriebsweg:	Abonnement / Einzelverkauf
Organ:	Verband Philatelistischer Arbeitsgemeinschaften e.V. / VPhA
Mitgliedschaften:	Bundesverband des Deutschen Briefmarkenhandels APHV e.V. / Bund Deutscher Philatelisten e.V. (BDPh)
Herausgeber:	M. & H. Schaper Philatelie-Verlag GmbH
Redaktion:	Birgit Freudenthal (Chefredaktion)
Anzeigen:	Rainer Flecks-Franke (Anzeigenleitung), Tanja Röttger, Monika Schmid Claudia Liebau

Jahrgang:	97. Jahrgang 2022
Erscheinungsweise:	14-täglich, zwei Doppelausgaben

Verlag:	M. & H Schaper Philatelie-Verlag GmbH
Postanschrift:	DBZ / DEUTSCHE BRIEFMARKEN-ZEITUNG Anzeigenabteilung Postfach 200 165, 37086 Göttingen, Deutschland
Telefon:	+49(0)551 / 901-533
Telefax:	+49(0)551 / 901-535
E-Mail:	anzeigen@d-b-z.de
Internet:	www.deutsche-briefmarken-zeitung.de
Erscheinungsplan:	siehe Seite 8 und 9

Auflagen-Analyse:

Druckauflage	7.750 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage (TvA)	7.650 Exemplare, davon 700 Vereins- und Messeexemplare 4.850 abonnierte Exemplare
Verkaufte Auflage	6.950 Exemplare, davon 2.100 Exemplare EV
Rest-, Archiv- und Belegstücke:	100 Exemplare

Media-Informationen 2022

DBZ DEUTSCHE BRIEFMARKEN-ZEITUNG

Preisliste Nr. 53
Gültig ab 1. Januar 2022

Zeitschriftenformat:	210 mm breit, 285 mm hoch
Satzspiegel:	185 mm breit, 261 mm hoch
Spaltenzahl	4 Spalten, Spaltenbreite 45 mm

Technische Angaben:

Druckverfahren	Umschlag = Bogen-Offset, 60er-Raster Innenteil = Rollen-Offset, 60er-Raster
Druckunterlagen	Digitale Anzeigen EPS- oder PDF-Datei (PDF/X-1a, PDF/X-3 und TIFF; CMYK) mit inkludierten Schriften. Bitte Papierformat nur auf die Größe der Anzeige anlegen. Bei Anzeigen, die über das Druckformat hinaus gehen, bitte ringsum 3 mm Beschnitt.
DTP-System	Windows
Druckdaten	Für Anzeigen und Abbildungen in Farbe oder Graustufen werden mind. 300 dpi benötigt (bei Originalgröße). Für den Druck von Strichabbildungen sind mind. 1200 dpi empfehlenswert.

Termine:

Erscheinungsweise	14-täglich, zwei Doppelausgaben
Erscheinungstermin	siehe Erscheinungsplan
Anzeigen- und Druckunterlagenschluss	siehe Erscheinungsplan
Verlag:	M. & H. Schaper Philatelie-Verlag GmbH
Zahlungsbedingungen:	14 Tage nach Rechnungserhalt ohne jeden Abzug. Für Zahlungen unmittelbar nach Rechnungserhalt oder Bankeinzug 2% Skonto
Bankverbindung:	Commerzbank Hannover Konto 0700 265 800 BLZ 250 800 20 IBAN DE71250800200700265800, BIC DRES DE FF 500 UID-Nr. DE 203313070

Philatelie aus erster Hand!

Online-Formate & Preise

DBZ DEUTSCHE BRIEFMARKEN-ZEITUNG

Preisliste Nr. 53
Gültig ab 1. Januar 2022

TopBanner in der Navigationsleiste, oben:

- Festplatzierung, im sofort sichtbaren Bereich, oben in der rechten Navigationsleiste
- Einblendung bei jedem Seitenaufruf
- 300 x 250 Pixel, max. 50 kB

Preis pro Monat/Website: 250,– €

TopBanner 2 in der Navigationsleiste, unten:

- Festplatzierung, im sofort sichtbaren Bereich, direkt unterhalb des TopBanners
- Einblendung bei jedem Seitenaufruf
- 300 x 250 Pixel, max. 50 kB

Preis pro Monat/Website: 150,– €

Banner in Anzeigeninsel:

- Festplatzierung im mittleren Bereich
- Einblendung bei jedem Seitenaufruf
- 125 x 125 Pixel, max. 50 kB

Preis pro Monat/Website: 50,– €

Banner direkt in einem Artikel:

- Festplatzierung direkt im Text
- Einblendung bei jedem Seitenaufruf
- 300 x 250 oder 468 x 60 Pixel, max. 50 kB
- Text-Banner-Kombinationen auch möglich

Preis pro Monat/Website: 75,– €

Kundenveröffentlichung:

- PR-Artikel im Stil eines redaktionellen Beitrages
- Als Werbung gekennzeichnet
- Dauerhaft im Archiv, für Suchmaschinen auffindbar
- Max. 800 Wörter
- Max. 3 Abbildungen/Videos
- Max. 3 Links

Preis einmalig pro Veröffentlichung: 300,– €

NewsletterBanner:

- Platzierung nach Buchung & Eingang
- 300 x 250 o. 728 x 90 Pixel, max. 50 kB
- Andere Formate nach Absprache

Preis pro Versand 95,– €

Exklusiv-Belegung des Newsletters:

- Nur Werbung eines Kunden, keine Mitbewerber!
- Drei großformatige Werbeflächen, zwei grafische (Banner) und eine textuelle
- Formate nach Absprache

Preis pro Versand 285,– €

10% Rabatt bei einem Auftragsvolumen ab 400,– € innerhalb eines Buchungszeitraumes von drei Monaten.

Weitere Onlinewerbemöglichkeiten und Buchungszeiträume auf Anfrage. Sprechen Sie mit uns über Ihre Wünsche und Ideen.

Der Auftraggeber sichert zu, dass das übergebene oder von einem Server des Auftraggebers eingebundene Werbematerial nicht gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde. Des Weiteren ist deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nicht unzumutbar.

Ebensolches gilt für die beworbenen Seiten, die nach einem Klick auf das Werbemittel erreicht werden. Das zu veröffentlichende Werbematerial muss den von der DBZ geforderten Formatvorgaben entsprechen. Bei einem begründeten Zweifel behält sich die DBZ vor, dieses Werbematerial nicht zu veröffentlichen oder aus seinem Angebot zu entfernen, die dadurch ungenutzte Werbefläche aber dennoch zu berechnen, wenn diese nicht kurzfristig anderweitig verkauft werden kann.

Die Anlieferung der Werbemittel hat spätestens einen Werktag (Format .gif, .jpg oder .png), drei Tage bei RichMedia-Formaten, vor Kampagnenstart an anzeigen@d-b-z.de zu erfolgen. Ein Austausch des Werbematerials kann kostenlos bei gleicher Fristsetzung erfolgen. Der Werbeträger hat fristgerecht ein oder mehrere technisch einwandfreie Werbemittel zu liefern. Unterbleibt dies, kann DBZ die zugesagte Werbefläche solange anderweitig nutzen, bis ein korrektes Werbemittel vorliegt, und Nutzungsentschädigung verlangen, wenn die durch die verspätete Lieferung frei gebliebene Werbefläche nicht kurzzeitig anderweitig verkauft werden kann.

Alle Preise pro Monat bzw. Versendung und zuzüglich ges. Mehrwertsteuer.

Anzeigenformate & Preise

DBZ DEUTSCHE BRIEFMARKEN-ZEITUNG

Preisliste Nr. 53
Gültig ab 1. Januar 2022

Format/ Seitenteil	Satzspiegel Breite mm	Satzspiegel Höhe mm	Spaltenanzahl	Preise Preise in € zzgl. MwSt. Skalenfarbe Cyan, Magenta, Yellow, Black s/w	Preise 4farbig
1/1 Seite	185	261	4	1.440,–	2.180,–
3/4 Seite hoch	139	261	3	1.127,–	1.736,–
3/4 Seite quer	185	195	4		
2/3 Seite quer	185	173	4	985,–	1.512,–
1/2 Seite hoch	92	261	2	771,–	1.167,–
1/2 Seite hoch	139	173	3		
1/2 Seite quer	185	130	4		
1/3 Seite hoch	92	173	2	518,–	792,–
1/3 Seite quer	185	85	4		
1/4 Seite hoch	45	261	1	426,–	619,–
1/4 Seite hoch	92	130	2		
1/4 Seite quer	185	63	4		
1/6 Seite hoch	92	85	2	279,–	421,–
1/6 Seite quer	185	42	4		

Preise für Kleinanzeigen: (nicht rabattfähig)
Die Berechnung der Kleinanzeigen erfolgt nach der Anzahl der Zeilen.
Überschriftszeile in Fettdruck (max. 25 Buchstaben),
Textzeile in Normaldruck (max. 35 Anschläge).
Nachlässe und Mittlerprovision entfallen.

Grundbetrag pro Zeile (gewerblich)	3,90 €
Grundbetrag pro Zeile (privat)	2,90 € (inkl. MwSt.)
Chiffregebühr Inland	9,00 €
Chiffregebühr Ausland	12,00 €

Rabatt:
bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Kalender- oder Insertionsjahr)

Malstaffel:

3maliges Erscheinen	5%
6maliges Erscheinen	10%
13maliges Erscheinen	15%
26maliges Erscheinen	20%

Beilagen, Einhefter, Stellenanzeigen, Sonderformate, Farben und technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

Einhefter: (nicht rabattfähig)

4seitig	8seitig
bis 20 g ‰ 250,– €	bis 20 g ‰ 350,– €
bis 30 g ‰ 300,– €	bis 30 g ‰ 400,– €

Einhefter bitte im Zeitschriftenformat plus 8 mm Kopfbeschnitt, 5 mm Fußbeschnitt sowie einem Vorfalz von mind. 10 mm, gefalzt anliefern. Vorabmuster erforderlich. Anzahl der anzuliefernden Einhefter (inkl. Zuschuss) und Anliefertermin auf Anfrage. Minimale/maximale Einheftergewichte auf Anfrage. Teilbelegung nicht möglich!

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

1/8 Seite hoch 1/8 Seite quer	92 185	63 31	2 4	233,–	345,–
1/12 Seite hoch 1/12 Seite quer	45 92	85 41	1 2	162,–	264,–
1/16 Seite hoch 1/16 Seite quer	45 92	63 31	1 2	127,–	188,–
1/24 Seite hoch 1/24 Seite quer	45 92	41 20	1 2	97,–	127,–
1/32 Seite hoch	45	31	1	76,–	107,–

Preise für Vorzugsplätze:

Titelseiten-Umhefter, 4c, 210 x 150 mm, zzgl. Beschnitt 2.500,– €
mit Postkarte, perforiert, s/w (auf der Innenseite 210 x 235 mm) 3.100,– €
mit Postkarte, perforiert, 4c (auf der Innenseite 210 x 235 mm) 3.500,– €

Rückseiten-Umhefter,
4c, 105 x 235 mm, zzgl. Beschnitt, je Seite 1.500,– €
Bei gelieferten Daten, die Gestaltung erfolgt nach Abstimmung mit dem Verlag.
2. Umschlagseite, 4c 2.233,– €
3. Umschlagseite, 4c 2.233,– €
4. Umschlagseite, 4c 2.284,– €

Anschnitt Beschnittzugabe oben, unten, links und rechts, je 3 mm auf das Heftformat (210 mm x 285 mm). Siehe Seite 10.

Auktionatoren-Seiten (nur für Auktionatoren im BDB)
Format 92 x 63 mm, s/w (nicht rabattfähig) 89,– €

DBZ-Einkaufsführer auf Anfrage. Bitte gesonderte Preisliste anfordern.

Beilagen: (nicht rabattfähig)
Grundsätzlich kein Konkurrenzausschluss für Beilagen im gleichen Heft. Maximale Größe 190 x 265 mm oder auf diese Größe gefalzt.
bis 25 g ‰ 105,– € bis 30 g ‰ 110,– €
bis 40 g ‰ 120,– € bis 50 g ‰ 130,– €
Höhere Gewichte auf Anfrage. Preise zzgl. möglicher Postgebühren.

Beigeheftete und aufgeklebte Postkarten:
Eine Trägeranzeige (1/1 Seite), vorgeheftete Postkarte.
1/1-farbig, bei Lieferung fertiger Daten: 920,– €
pro Zusatzfarbe + 260,– €
DIN-Postkarte Preis auf Anfrage
Umschläge bis DIN C6 Preis auf Anfrage
Preise gegebenenfalls zzgl. Postgebühren. Teilbelegung nicht möglich.
(Techn. Zusatzkosten und mögliche Postgebühren sind nicht rabattfähig.)

Aufgeklebte Warenmuster: (z.B. Pergamentbeutel mit Briefmarken)
Preis auf Anfrage Mindestgröße 60 x 80 mm Teilbelegung nicht möglich.

Anforderungen an digital gelieferte Anzeigen: EPS- oder PDF-Datei (PDF/X-1a, PDF/X-3 und TIFF; CMYK) mit inkludierten Schriften.
Bitte Papierformat nur auf die Größe der Anzeige anlegen. Bei Anzeigen, die über das Druckformat hinaus gehen, bitte ringsum 3 mm Beschnitt.

Farbprofile für Bilder, Fotos und Abbildungen:
Bitte folgende ICC-Profile einbetten: 4-farbig Umschlag: PSOcoated_v3.icc
4-farbig Inhalt: PSO_LWC_Improved_eci.icc
Details zur ISO-Spezifikation und eine Downloadmöglichkeit finden Sie unter http://www.eci.org/de/downloads

Farben: Schmuckfarben werden im Zusammendruck aus CMYK erzeugt. Abweichungen zu Farben nach dem HKS-Z-Fächer oder anderen Farbtonskalen sind dabei nicht zu vermeiden.

Übertragung der Daten per E-Mail: anzeigen@d-b-z.de (bis max. 20 MB)

Upload auf FTP-Server: Servername: ftp5.niedersachsen.com
Benutzer: gtftp | Passwort: gtftp

Versandanschrift für Einhefter, Beilagen und Postkarten:
Dierichs Druck+Media GmbH & Co. KG, Warenannahme / Tor 2,
Frankfurter Straße 168, 34121 Kassel **Beilage DBZ __/2022**
Warenannahme:
Telefon 0561 / 60280-362, Montag – Freitag 7.00 –18.00 Uhr
Die Begleitpapiere müssen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheiten, Zeitschriftentitel und Heft-Nummer enthalten. An jede Verpackungseinheit sollte sichtbar ein Beilagen-/Beiheftermuster angebracht sein.

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Erscheinungsplan 2022

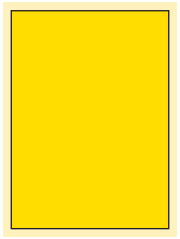
DBZ DEUTSCHE BRIEFMARKEN-ZEITUNG

Preisliste Nr. 53
Gültig ab 1. Januar 2022

Ausgabe	Heft	Erscheinungsdatum	Anzeigenschlusstermin	Druckunterlagenschlusstermin
2-3/2022	Januar	24.01.2022	05.01.2022	11.01.2022
4/2022	Februar	07.02.2022	19.01.2022	25.01.2022
5/2022		21.02.2022	02.02.2022	08.02.2022
6/2022	März	07.03.2022	16.02.2022	22.02.2022
7/2022		21.03.2022	02.03.2022	08.03.2022
8/2022	April	04.04.2022	16.03.2022	22.03.2022
9/2022		14.04.2022	30.03.2022	05.04.2022
10/2022	Mai	02.05.2022	13.04.2022	19.04.2022
11/2022		16.05.2022	27.04.2022	03.05.2022
12/2022		30.05.2022	11.05.2022	17.05.2022

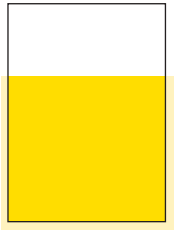
13/2022	Juni	13.06.2022	25.05.2022	31.05.2022
14/2022		27.06.2022	08.06.2022	14.06.2022
15/2022	Juli	11.07.2022	22.06.2022	28.06.2022
16/2022		25.07.2022	06.07.2022	12.07.2022
17-18/2022	August	15.08.2022	27.07.2022	02.08.2022
19/2022	September	05.09.2022	17.08.2022	23.08.2022
20/2022		19.09.2022	31.08.2022	06.09.2022
21/2022		30.09.2022	14.09.2022	20.09.2022
22/2022	Oktober	17.10.2022	28.09.2022	04.10.2022
23/2022		28.10.2022	12.10.2022	18.10.2022
24/2022	November	14.11.2022	26.10.2022	01.11.2022
25/2022		28.11.2022	09.11.2022	15.11.2022
26/2022	Dezember	12.12.2022	23.11.2022	29.11.2022
1/2023		30.12.2022	07.12.2022	13.12.2022

Anzeigenbeispiele



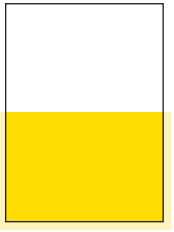
1/1 Seite (Satzspiegel)
185 mm breit x 261 mm hoch

Beschnittanzeige:
210 mm breit x 285 mm hoch
(Heftformat plus 3 mm Beschnitt
= 216 mm breit x 291 mm hoch)



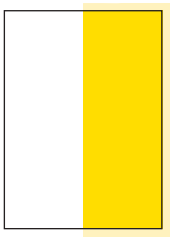
2/3 Seite quer
185 mm breit x 195 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 210 x 210 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 216 x 216 mm



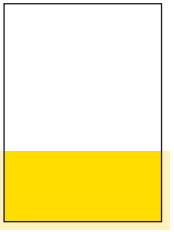
1/2 Seite quer
185 mm breit x 130 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 210 x 144 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 216 x 150 mm



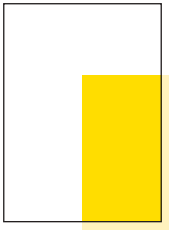
1/2 Seite hoch
92 mm breit x 261 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 104 x 285 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 110 x 291 mm



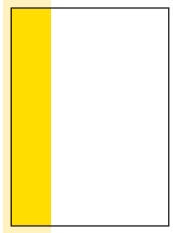
1/3 Seite quer
185 mm breit x 85 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 210 x 99 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 216 x 105 mm



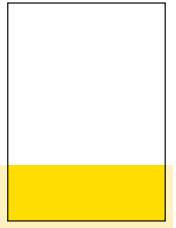
1/3 Seite hoch
92 mm breit x 173 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 104 x 187 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 110 x 193 mm



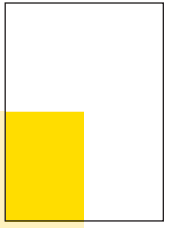
1/4 Seite hoch
45 mm breit x 261 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 57 x 285 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 63 x 216 mm



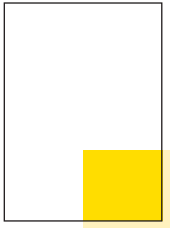
1/4 Seite quer
185 mm breit x 63 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 210 x 77 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 216 x 83 mm



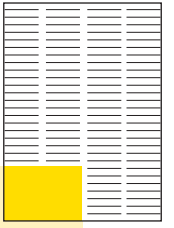
1/4 Seite hoch
92 mm breit x 130 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 104 x 144 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 110 x 156 mm



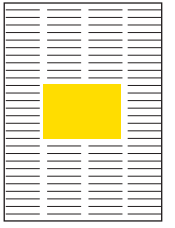
1/6 Seite hoch
92 mm breit x 85 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 104 x 99 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 110 x 105 mm



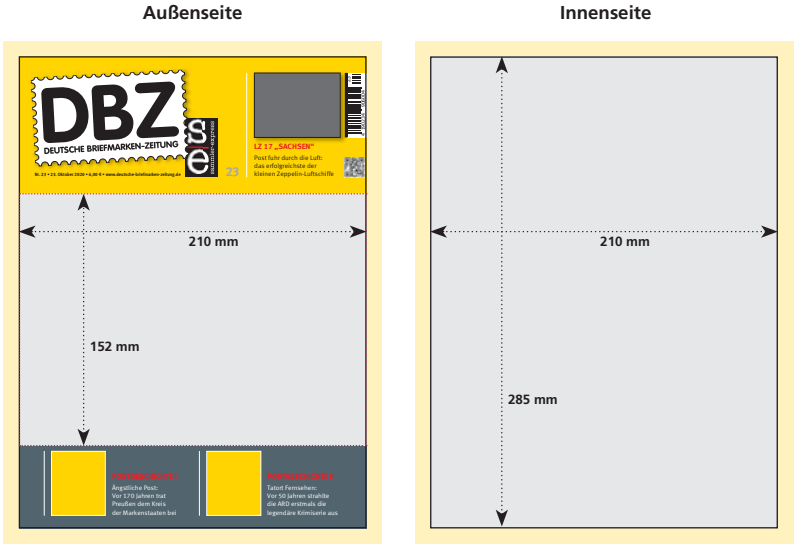
1/8 Seite neben Text
92 mm breit x 63 mm hoch

dito im Seitenformat (sichtbar)
= 104 x 77 mm
plus 3 mm Beschnitt
= 110 x 83 mm

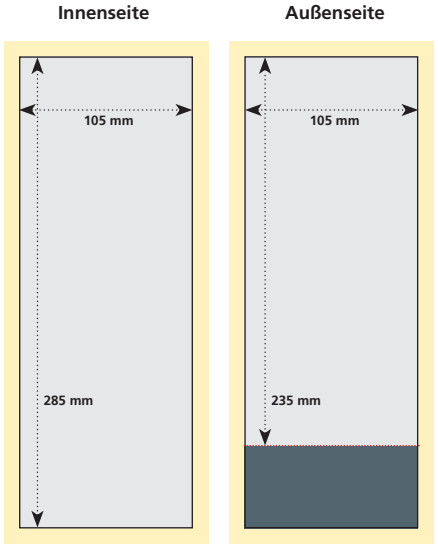


1/8 Seite
Inselanzeige
92 mm breit x 63 mm hoch

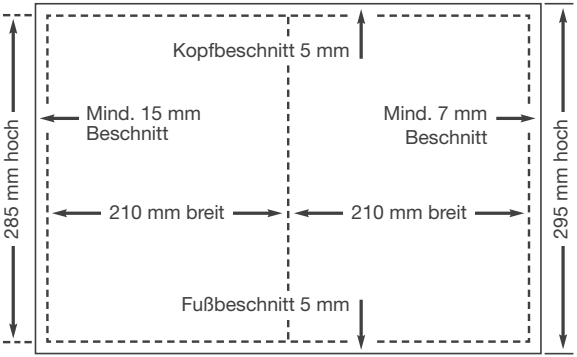
Achtung: Bei Beschnittanzeigen werden die 3 mm Beschnitt an allen Seiten abgeschnitten!



Titel-Umhefter (vor der Titelseite) – Technische Daten
Außenseite: 210 mm x 152 mm (plus 3 mm Beschnitt = 216 mm x 156 mm)
Innenseite: 210 mm x 285 mm (plus 3 mm Beschnitt = 216 mm x 291 mm)



Titel-Umhefter (hinter der letzten Seite) – Technische Daten
Außenseite: 105 mm x 235 mm
(plus 3 mm Beschnitt = 111 mm x 241 mm)
Innenseite: 105 mm x 285 mm
(plus 3 mm Beschnitt = 111 mm x 291 mm)



Beihefter – Technische Daten
Umfangveränderungen können je nach Heftumfang zu einer Veränderung der seitlichen Maße führen.

Geschäftsbedingungen des Verlages für Anzeigen und Fremdbeilagen

1. „Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
Der Werbungstreibende erhält rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Nachlassansprüche des Werbungstreibenden erlöschen, wenn er diese Ansprüche nicht innerhalb eines Monats nach Erscheinen der letzten Anzeige geltend gemacht hat. Die Nachvergütung wird nur in Form von Anzeigenraum gewährt, eine Rückvergütung erfolgt nicht.
5. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll, und dies vom Verlag bestätigt worden ist.
6. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich gemacht.
7. Der Verlag kann Anzeigen und Fremdbeilagen ohne Nennung von Gründen ablehnen, insbesondere auch dann, wenn die vom Werbungstreibenden angebotenen Positionen nicht oder nicht eindeutig nach den in den führenden deutschen Katalogen definierten Zeichen und Bezeichnungen gekennzeichnet sind.
Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber innerhalb längstens 14 Kalendertagen mitgeteilt.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich.
Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmass, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Läßt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht fehlerfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.
Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu bezahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für die grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt.
Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt, wobei Vergrößerungen nur im Rahmen der festgelegten Formatgrößen möglich sind.
12. Falls der Auftraggeber keine Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Bei Kleinanzeigen kann der Verlag Vorauskasse verlangen, ebenso bei neuen Kunden.
Innerhalb 20 Tagen nach Rechnungsdatum. Bei Zahlungen innerhalb von 7 Tagen oder bei vorliegender Einzugsermächtigung werden 2% Skonto berücksichtigt.
13. Der Geschäftskunde ist damit einverstanden, dass bei einer SEPA-Lastschrift die Frist der Versendung der Vorabankündigung (sog. Prenotification), durch welche mitgeteilt wird, dass der genannte Rechnungsbetrag von dem angegebenen Kundenkonto abgebucht wird, kürzer als 5 Tage ist.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen, sowie evtl. Nachlässe aufheben oder nachbelasten.
Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Bei Insolvenzen und Zwangsvergleichen entfällt jeder Nachlass.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Fotopapierabzüge und Zeichnungen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu	50.000	Exemplaren	20 v. H.
bei einer Auflage bis zu	100.000	Exemplaren	15 v. H.
bei einer Auflage bis zu	500.000	Exemplaren	10 v. H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nicht angenommen. (Einschreiben) bzw. auf dem normalen Postweg weitergeleitet (Eilboten). Anzeigenaufträge können nur angenommen werden, wenn der vollständige Vor- und Zuname (oder Firmenname) sowie die Adresse des Auftraggebers dem Verlag bekannt sind. (Die Angabe „postlagernd" oder nur die Telefon-Nummer sind nicht ausreichend). Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Chiffredienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. Für Beschädigung und Verlust übernimmt der Verlag keine Haftung.
20. Erfüllungsort ist Sitz des Verlages. Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Der Verlag behält sich grundsätzlich die Entscheidung der Zahlung einer Mittlervergütung vor. Sie wird in keinem Fall gewährt, wenn Werbemittler und Inserent identisch oder deren Firmen oder Gesellschaften wirtschaftlich miteinander verbunden sind /s. a. sogen. „Hausagenturen").

Als Werbungsmittler bzw. Agentur gelten nur Personen/ Firmen, die diese Tätigkeit als Gewerbe angemeldet haben.Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbungsmittler ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbungsmittler erteilt wird und Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Gewährung einer Provision setzt weiter voraus, dass der Verlag vom Werbemittler bzw. der Werbeagentur fertige digitalisierte Druckunterlagen erhält.

Geringfügige Änderungen bei vorhandenen Druckunterlagen haben auf die Provisionszahlung keinen Einfluss.

b) Bei fernmündliche aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Die telefonische Übermittlung von Anzeigentexten ist leider nicht möglich.

Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abbestellungen einer bereits gesetzten Anzeige werden Satzkosten berechnet.

c) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt oder getäuscht wird. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sistiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu überprüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sistierte Anzeigen, so sehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. Die Anfertigung von Sonderdrucken oder die Herstellung von Druckunterlagen (z.B. durch Reproduktion von durch den Verlag gesetzten Anzeigen) ist nur nach Abstimmung mit dem Verlag zulässig.

d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungstreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen, wenn der Werbungstreibende nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist.

e) Bei Anzeigen, die nach der Anzahl der gesetzten Zeilen berechnet werden, behält sich der Verlag die Anwendung von allgemeinverständlichen Abkürzungen vor. Dieser Anzeigenteil wird nach typografischen Gesichtspunkten gesetzt und umbrochen. Daraus ergeben sich für die Gestaltung der rubrizierten Anzeigen gewisse Regeln, deren Berücksichtigung der Verlag sich vorbehält.

Die Preise der Formatanzeigen beinhalten die Satzkosten unter Berücksichtigung der dem Verlag vorliegenden Standardschriften unter Zugrundelegung einfacher Gestaltungsarbeiten. Darüber hinausgehende Anweisungen über besondere Schriften/-größen, Gestaltung, Reproarbeiten, Abbildungen, Anzeigenrahmen usw. können, sofern zeitlich überhaupt möglich, nur gegen zusätzliche Berechnung der Kosten beachtet werden. Dies gilt auch für Tabellensatz und evtl. Autorenkorrekturen. Eine Verpflichtung für den Verlag zu diesen Sonderarbeiten besteht nicht; auch kann die Auftragserteilung davon nicht abhängig gemacht werden.

f) Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarung die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

g) Bei Nichterscheinen der Zeitung im Falle höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistungen von Schadensersatz. Insbesondere wird auch kein Schadensersatz für Nichtveröffentlichung oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen und nicht ausgeführte Beilagenaufträge geleistet.

h) Die in den Anzeigenpreislisten bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines vereinbarten Auftragsjahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt.

i) In Ergänzung der Ziffer 14 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden bei Zahlungsverzug oder Stundung Verzugszinsen erhoben, die 1 v. H. über dem jeweils gültigen Diskontsatz liegen.

k) Bei Rechtsgeschäften, in denen der Vertragspartner nicht dem Personenkreis des § 24 des Gesetzes über Allgemeine Geschäftsbedingungen zuzuordnen ist, gehen die §§ 2, 10, 11 und 12 des Gesetzes der Allgemeine Geschäftsbedingungen vor.

Mit Erteilung des Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlages an.

k) Bei handschriftlichen Manuskripten kann der Verlag für die ordnungsgemäße Wiedergabe keine Gewähr übernehmen.

m) Plazierungen werden nach der Reihenfolge des Manuskript-Einganges berücksichtigt. Sammelrechnungen nach Vereinbarung, Agenturprovision = 15 %, nur an Agenturen, bei Einhaltung unserer Geschäftbedingungen.

n) Die in der jeweils gültigen Anzeigenpreisliste genannten Bedingungen sind verbindlicher Bestandteil der Geschäftsbedingungen (Ziffer 1-18) und zusätzlichen Geschäftsbedingungen (Buchstaben a–n).